

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT



This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

Date of Application: June 20, 2000

Application Number: Patent Application
No. 2000-184633

Applicant(s): DISPARCE, INC.

March 23, 2001

Commissioner,
Patent Office Kozo Oikawa

Certificate No. 2001-3022962

日 本 国 特 許 庁
PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日
Date of Application: 2000年 6月20日

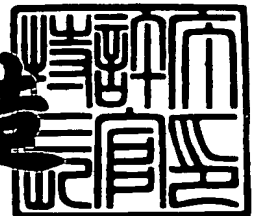
出 願 番 号
Application Number: 特願2000-184633

出 願 人
Applicant(s): 株式会社ディスパース

2001年 3月23日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3022962

【書類名】 特許願

【整理番号】 2000G3018

【提出日】 平成12年 6月20日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 17/40

【発明者】

 【住所又は居所】 愛知県名古屋市中区錦3丁目23-6 株式会社ディス
 パース内

 【氏名】 野田 初

【発明者】

 【住所又は居所】 愛知県名古屋市中区錦3丁目23-6 株式会社ディス
 パース内

 【氏名】 平野 和広

【特許出願人】

 【住所又は居所】 愛知県名古屋市中区錦3丁目23-6

 【氏名又は名称】 株式会社ディスパース

【代理人】

 【識別番号】 100074099

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 大菅 義之

 【電話番号】 03-3238-0031

【手数料の表示】

 【予納台帳番号】 012542

 【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

 【物件名】 明細書 1

 【物件名】 図面 1

 【物件名】 要約書 1

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 顧客情報収集方法、顧客情報提供方法、ネットワークを利用した顧客情報収集方法及び顧客情報収集装置

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 書き込み可能な可搬記録媒体を商品に添付し、

少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報と商品または販売元を示す情報を前記可搬記録媒体に記録し、

顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録された顧客情報と商品または販売元を示す情報を収集できるようにしたことを特徴とするネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 2】 少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報を、書き込み可能な可搬記録媒体に記録して顧客に提供し、

顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録された顧客情報または顧客情報と購入した商品を示す情報を収集できるようにしたことを特徴とするネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 3】 顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録された顧客情報と商品または販売元を示す情報を収集し、収集した商品または販売元を示す情報に基づいて顧客情報を分類し、商品のカテゴリまたは販売元別に顧客情報データベースを作成することを特徴とする請求項 1 または 2 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 4】 顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、収集した顧客の住所に基づいて顧客情報と予め記憶してある地図データとをリンクさせたマーケティング地図情報を作成することを特徴とする請求項 1, 2 または 3 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 5】 前記マーケティング地図情報を顧客が購入した商品のカテゴリまたは販売元別に作成することを特徴とする請求項 4 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 6】 前記マーケティング地図情報は、顧客情報に含まれる顧客の年齢

または家族構成に基づいて顧客を分類し、分類した顧客情報と地図データとをリンクさせた情報であることを特徴とする請求項 1, 2, 3, 4 または 5 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 7】前記可搬記録媒体の裏面に商品に関する情報を記録したバーコードを印刷したことを特徴とする請求項 1, 2, 3, 4, 5 または 6 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法。

【請求項 8】商品に添付した書き込み可能な可搬記録媒体に、少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報と商品を示す情報を記録して顧客に提供し、

顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワーク上のサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録された顧客情報と購入した商品を示す情報を収集し、

収集した顧客情報を商品のカテゴリまたは販売元別に分類した顧客情報データベースを作成し、

作成した顧客情報データベースを提供することを特徴とする顧客情報提供方法。

【請求項 9】少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報を、書き込み可能な可搬記録媒体に記録して顧客に提供し、

顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワーク上のサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録された顧客情報と商品または販売元を示す情報を収集し、

収集した顧客情報を商品のカテゴリまたは販売元別に分類した顧客情報データベースを作成し、

作成した顧客情報データベースを提供することを特徴とする顧客情報提供方法。

【請求項 10】顧客が利用可能な情報が記録された書き込み可能な可搬記録媒体を商品に添付し、

商品の販売時に少なくとも顧客の住所、氏名とからなる顧客情報を入力装置から入力するとともに、前記可搬記録媒体に記録し、

入力された顧客情報を商品のカテゴリ別または販売元別に分類した顧客情報デ

ータベースを作成し、

前記顧客情報データベースの顧客の住所に基づいて顧客情報を予め記憶してある地図データとリンクさせたマーケティング地図情報を商品のカテゴリまたは販売元別に作成することを特徴する顧客情報収集方法。

【請求項 1 1】書き込み可能な可搬記録媒体に少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報と販売した商品または販売元を示す情報を記録して顧客に提供し、顧客が前記可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、前記可搬記録媒体に記録されている顧客情報を収集する顧客情報収集手段と、

前記顧客情報収集手段により収集された顧客情報を、商品のカテゴリまたは販売元別に分類した顧客情報データベースを作成する顧客情報データベース作成手段とを備えることを特徴とする顧客情報収集装置。

【請求項 1 2】前記顧客情報データベースの顧客の住所と予め記憶されている地図データをリンクさせたマーケティング地図情報を作成するマーケティング地図情報作成手段を備えることを特徴とする請求項 1 1 記載の顧客情報収集装置。

【発明の詳細な説明】

【 0 0 0 1 】

【発明の属する技術分野】

本発明は、顧客情報収集方法、顧客情報提供方法、ネットワークを利用した顧客情報収集方法及び顧客情報収集装置に関する。

【 0 0 0 2 】

【従来の技術】

スーパーマーケットやコンビニエンスストアでは、レザースキャナ付のレジスタで商品に貼られているバーコードを読み取り、販売価格を計算してレシートに印字するとともに、個々の商品の販売個数を店舗毎に、あるいは複数の店の累計を集計できるようになっている。各商品の売り上げ数量を集計することで、どの商品が、どのくらい売れているかを把握し、商品の発注数量を適正に管理し、不要な在庫が生じたり、販売機会が失われないようにしている。

【 0 0 0 3 】

【発明が解決しようとする課題】

商品の販売のためにダイレクトメールを個人に送ることが行われている。しかしながら、ダイレクトメールを送付する対象の人が必ずしもその商品の購入対象者とはかぎらないので、ダイレクトメールによる販売促進効果はあまりおおきなものではない。

【 0 0 0 4 】

ある商品を購入した顧客は、同じ種類の別の商品、あるいは関連する分野の別の商品を購入する可能性が高いので、このような顧客の情報を収集することができれば、販売戦略上非常に有効である。

本発明の課題は、顧客情報または顧客情報と購入した商品を示す情報を収集できるようにすることである。また、他の課題は、商品のカテゴリ別、あるいは販売元別に分類した顧客情報を収集または提供できるようにすることである。

【 0 0 0 5 】

【課題を解決するための手段】

請求項 1 記載のネットワークを利用した顧客情報収集方法は、書き込み可能な可搬記録媒体を商品に添付し、少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報と商品または販売元を示す情報を可搬記録媒体に記録して顧客に提供し、顧客が可搬記録媒体を使用してネットワーク上のサイトをアクセスしたとき、可搬記録媒体に記録された顧客情報と商品または販売元を示す情報を収集できるようにした。

【 0 0 0 6 】

この発明によれば、書き込み可能な可搬記録媒体に顧客の住所、氏名、購入した商品、あるいは販売元を示す情報を記録し、顧客がその可搬記録媒体に記録されているプログラム等を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、アクセスした顧客の顧客情報と商品または販売元を示す情報を収集することができる。これにより、顧客が購入した商品別または販売元別に顧客情報を分類することができるので、商品を購入する可能性の高い顧客に関する情報を取得することができ、マーケティングに有効に活用できる。

【 0 0 0 7 】

請求項 2 記載の発明のネットワークを利用した顧客情報収集方法は、少なくと

も顧客の住所、氏名からなる顧客情報を、書き込み可能な可搬記録媒体に記録して顧客に提供し、顧客が可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、可搬記録媒体に記録された顧客情報または顧客情報と購入した商品を示す情報を収集できるようにした。

【0008】

例えば、商品を購入した顧客、あるいは商品に興味を持った顧客に可搬記録媒体を提供し、顧客が可搬記録媒体を使用してネットワークの特定のサイトをアクセスしたとき、可搬記録媒体に記録された顧客情報または顧客情報と商品を示す情報が送信され、アクセスされたサイトまたはそのサイトと関連づけられたサイトのサーバ等がその顧客情報（または顧客情報と商品を示す情報）を収集することができる。従って、それらの情報に基づいて商品を購入する可能性の高い顧客を絞り込むことができるので、販売効率の高いマーケティングを行うことができる。

【0009】

また、上記の発明において、収集した顧客情報を商品または販売元を示す情報に基づいて分類し、商品のカテゴリまたは販売元別に顧客情報データベースを作成しても良い。

このように構成することで、商品のカテゴリ別または販売元別に顧客情報データベースを構築できるので、販売しようとする商品のカテゴリ、あるいは販売元がどのような業種かなどにより対象となる顧客を絞り込み、より精密なマーケティングを行うことができる。

【0010】

上記の発明において、収集した顧客の住所に基づいて顧客情報と予め記憶してある地図データとをリンクさせたマーケティング地図情報を作成するようにしても良い。

このように構成することにより、顧客の住所を地図上に表示させ、ある商品の購入対象となる顧客、あるいは飲食店、コンビニエンスストア等を利用する可能性のある顧客がどの地域に何人ぐらい住んでいるかを把握することができる。これにより、地域や顧客のニーズにあったサービス、あるいは商品を提供すること

ができる。

【 0 0 1 1 】

請求項 8 記載の発明の顧客情報提供方法は、商品に添付した書き込み可能な可搬記録媒体に、少なくとも顧客の住所、氏名からなる顧客情報と商品を示す情報を記録して顧客に提供し、顧客が可搬記録媒体を使用してネットワーク上のサイトをアクセスしたとき、可搬記録媒体に記録された顧客情報と購入した商品を示す情報を収集し、収集した顧客情報を商品のカテゴリまたは販売元別に分類した顧客情報データベースを作成し、作成した顧客情報データベースを提供する。

【 0 0 1 2 】

この発明によれば、顧客が可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、可搬記録媒体に記憶された顧客情報と購入した商品を示す情報とを収集し、顧客情報を商品のカテゴリまたは販売元別に分類した顧客情報データベースを作成し第 3 者に提供できる。これにより、その顧客情報データベースからメーカ、販売店等が販売する商品を最も購入する可能性の高い顧客に関する情報を入手することができる。

【 0 0 1 3 】

なお、各請求項の要素を適宜組み合わせ構成しても良い。

【 0 0 1 4 】

【発明の実施の形態】

以下、本発明の実施の形態を図面を参照しながら説明する。図 1 は、本発明に係る顧客情報収集方法における商品の購入から顧客情報の収集までの流れを説明する図である。

【 0 0 1 5 】

商品に値札（タグ）として書き込み可能な CD-RW（可搬記録媒体）11 が添付されている。この CD-RW 11 には、商品の説明、商品の販売元または製造するメーカの他の商品に関する情報、その商品の購入層が利用しそうな関連する商品の広告、商品の販売元または製造メーカのホームページにアクセスするための通信プログラム、一定時間インターネットを無料でアクセスできるアクセス権、消費者が無料で利用できるプログラムや音楽データや画像データやその他の

データ、購入時に割引きが得られるサービスポイント、商品の技術サポート情報、サービスセンタの所在地、連絡先アドレス等が記録されている。また、CD-RW 11の裏面またはCD-RW 11を保護するために使用されているフィルム状のシート、あるいは袋には商品の販売管理に必要な情報がバーコードで印刷されている。

【0016】

消費者（顧客）が商品を購入して販売店のカウンタで精算するとき、顧客にCD-RW 11を利用してインターネットをアクセスするメリット等を説明して顧客の住所、氏名、年齢、家族構成、趣味、購入したいもの等の情報を用紙に記入してもらう。精算カウンタの係員は、用紙に記入された顧客情報をPOS端末12の入力装置、パーソナルコンピュータ（PC）、あるいはモバイル端末装置等を用いて入力する。係員により入力された顧客情報及びCD-RW 11に印刷されたバーコードから読み取った商品情報は、POS端末のCD-RW 11のドライブ装置により商品に添付されていたCD-RW 11に書き込まれる。また、POS端末等から入力された顧客情報と商品情報は販売者（販売店、販売元）13の顧客情報データベースに格納される。

【0017】

顧客が無料で提供されたCD-RW 11を自宅のパーソナルコンピュータのCDROMドライブ等に挿入しCD-RW 11をアクセスすると、CD-RW 11に記録されているプログラム、データ、商品、販売者等のアイコンが表示される。例えば、顧客が特定の商品の販売者13を示すアイコンをマウスでクリックすると、通信プログラムが起動されてインターネット14を介して販売者のサーバ（サイト）13のホームページ15がアクセスされる。販売者のサーバ13のホームページをアクセスしたときに、CD-RW 11に記録されている顧客情報及び購入した商品を示す情報が、販売者のサーバ13とリンクされている顧客情報データベースの作成を行う会社のサーバ16に送信される。なお、顧客情報の送信を許諾する確認ボタン等を画面に表示させ、その確認ボタンが操作されたとき顧客情報を送信するようにしても良い。

【0018】

なお、顧客がCD-RW11を使用して特定のサーバ、例えば、販売元のホームページをアクセスしたとき、アクセスした顧客の顧客情報が販売元のサーバに送信され、そのサーバの顧客情報データベースに格納されるようにしても良い。

サーバ16は、顧客情報を商品のカテゴリ別及び販売者別に分類して、分類した商品のカテゴリ別及び販売元別の顧客情報データベースを作成する機能と、顧客の住所と予め記憶してある地図データとをリンクさせたマーケティング地図情報を作成する機能（マッピング）17と、マッピングされた顧客情報データベース（ダイレクトマーケティングデータベース）を作成する機能18とを有している。

【0019】

なお、CD-RW11を商品に添付するのではなく、商品に興味を持った消費者に無料で提供するようにしても良い。一定時間インターネットを無料でアクセスできる機能、あるいは無料で使用できるプログラム等を記録したCD-RW11を無償で提供する代わりに、消費者に住所、氏名、年齢、趣味、購入したい商品等の情報を用紙に記入、あるいはモバイル端末等から入力してもらい、その顧客情報をCD-RW11に書き込んで消費者に提供する。そして、消費者がそのCD-RW11を使用してインターネットの特定の販売者（CD-RW11を提供した販売者、あるいはCD-RW11に広告等を載せている販売者）のサイトをアクセスすると、顧客情報と消費者が関心を持った商品を示す情報が顧客情報データベースの作成会社のサーバ16に送信され、顧客情報データベースの作成が行われるようにしても良い。

【0020】

次に、販売元A、Bが商品にCD-RW11を添付して販売し、消費者がそのCD-RW11を使用してインターネットをアクセスしたときに顧客情報を収集し、さらに収集した顧客情報を地図データとリンクさせたマーケティング地図情報を作成する場合について図2を参照して説明する。

【0021】

消費者が商品を購入すると、販売店21やコンビニエンスストア22では、商品に添付されているCD-RW11を消費者に無償で提供するとともに、インタ

ーネットを一定時間無料でアクセスできる、ポイントを貯めることにより割り引きが受けられる、あるいは便利なプログラムを無料で入手できる等のメリットがあることを説明して、消費者の住所、氏名、年齢、家族構成等の顧客情報を記入してもらい、それらの情報をパーソナルコンピュータからCD-RW11に記録する。同時にその顧客情報と購入した商品に関する情報は、販売店21及びコンビニエンスストア22を統括する販売元Aの集中サーバ23に送信される。

【0022】

販売元Aは、販売店21やコンビニエンスストア22から送信されてくる顧客情報及び販売情報を収集及び管理する集中サーバ23と、集中サーバ23により収集された顧客情報を、消費者が購入した商品、商品のカテゴリ、消費者の年齢等により分類して顧客情報データベース25を作成するデータベースサーバ24と、消費者に提供する情報、広告等をホームページに表示させるWWWサーバ26とを有する。

【0023】

販売元Bの系列の販売店27、28においても同様であり、消費者が購入した商品に添付されているCD-RW11に消費者の顧客情報及び購入した商品を示す情報を記録して消費者に提供する。販売店27、28で集めた顧客情報及び販売された商品に関する情報は、販売店27、28を統括する販売元Bの集中サーバ29へ送信される。データベースサーバ30は、集中サーバ29で収集した顧客情報を、消費者が購入した商品、そのカテゴリ、消費者の年齢等により分類して顧客情報データベース31を作成する。

【0024】

顧客情報データベースの作成会社32は、地図情報データベース34の管理を行う地図サーバ33と、マーケティング情報データベース36を管理するマーケティングサーバ35と、ホームページの管理を行うWWWサーバ37とを有する。

【0025】

WWWサーバ37は、顧客がCD-RW11を使用して販売元のホームページをアクセスしたとき、CD-RW11に格納されている通信プログラムにより送

信されてくる顧客情報及び購入した商品を示す情報を受信する。

地図サーバ 3 3 は、地図情報データベース 3 4 から顧客の住所に対応する地図データを読み出してマーケティングサーバ 3 5 に出力する。

【 0 0 2 6 】

マーケティングサーバ 3 5 は、WWWサーバ 3 7 から出力される顧客情報と購入した商品を示す情報とから商品カテゴリ別、あるいは販売元別に分類した顧客データベースを作成する。さらに、顧客情報を顧客の住所により地図情報データベース 3 4 から読み出された地図データとリンクさせて、1 枚の地図上に属性（商品のカテゴリ、販売元、年齢等）の一致する複数の顧客の住所を表示するためのマーケティング地図情報を作成し、マーケティング情報データベース 3 6 に格納する。そして、販売元から情報の加工依頼があった場合に、商品のカテゴリ別、販売元別に分類した顧客情報と、マーケティング地図情報を依頼のあった販売元に送信する。

【 0 0 2 7 】

マーケティング地図情報は、図 2 に示すように商品のカテゴリ別、販売元別など属性の同じ顧客が地図データとリンクされた構造となっている。従って、表示させたいエリアを指定することで、1 枚の地図上に同じ属性、例えば同じカテゴリの商品を購入した顧客の住所が表示される。さらに、地図上の特定のポイントを指定することで、該当する顧客の詳しい顧客情報を表示させることができる。

【 0 0 2 8 】

このマーケティング地図情報は商品のカテゴリ、販売元等の属性により分類して同じ属性の顧客を 1 枚の地図の中に表示できるようなデータ構造となっているが、さらに、複数のマーケティング地図情報の O R 条件を取ることで複数のマーケティング地図情報を重ね合わせ、異なる属性の顧客を 1 枚の地図上に表示させることも、あるいはマーケット地図情報の A N D 条件を取ることで、複数の属性、つまり、カテゴリ a の商品とカテゴリ b の商品の両方を購入した顧客を 1 枚の地図上に表示させることもできる。

【 0 0 2 9 】

従って、販売店、販売元、メーカ等は、このマーケティング地図情報を利用す

ることで、特定の地域に住んでいる人達がどのような商品を購入しているか、どの販売元の商品を購入している人が多いか等のマーケティング情報を入手することができるので、そのマーケティング情報に基づいて地域や顧客のニーズに合った商品、サービスを提供することができる。

【 0 0 3 0 】

例えば、消費者がCD-RW 1 1 を自宅のパーソナルコンピュータ 3 8 のCDドライブ等に挿入し、CD-RW 1 1 に格納されている販売元A（または販売元B）を示すアイコンをクリックして販売元のホームページをアクセスすると、CD-RW 1 1 に記録されている顧客情報と購入した商品を示す情報が、顧客情報データベースの作成会社 3 2 のWWWサーバ 3 7 に送信される。そして、WWWサーバ 3 7 により収集された顧客情報がマーケティングサーバ 3 5 に送られ、消費者から送信されてきた顧客情報を、その消費者が購入した商品、商品のカテゴリ、あるいは販売元別に分類して顧客情報データベース 2 5 を作成する。

【 0 0 3 1 】

図 3 は、CD-RW 1 1 を使用して商品の販売元のサイトをアクセスしたときに、顧客情報データベースの作成会社のサーバにおける顧客情報の取り込み、登録、顧客に対する地図情報の提供等の処理の説明図である。

消費者が販売店で提供されたCD-RW 1 1 を使用して特定の販売元のホームページをアクセスすると、顧客情報データベースの作成会社のデータセンタのWWWサーバ 3 7 に接続される。そして、CD-RW 1 1 に記録された氏名、フリガナ、住所、電子メールアドレス等が顧客のパーソナルコンピュータにより読み出され、WWWサーバ 3 7 から送信されて接続（入力）画面に表示される。このとき、趣味、今後購入したいもの、家族構成等のさらに詳しい顧客情報を任意に入力してもらうようにしても良い。また、名前、住所等のデータを消費者がキーボードから入力するようにしても良い。

【 0 0 3 2 】

顧客情報を表示させた状態で消費者が送信ボタンを操作すると、表示されている顧客情報がWWWサーバ 3 7 に送信され、マーケティングサーバ 3 5 によりマーケティング情報データベース 3 6 の中の顧客情報データベース 3 9 にその顧客

データが登録される。顧客情報データベース39は、例えば、図3に示すように顧客の名前、フリガナ、住所、E-Mailアドレス等から構成される。

【0033】

また、登録された顧客の住所に基づいて地図情報データベース34から該当する地域の地図データが読み出され、消費者の住所の周辺の市役所、病院、郵便局、コンビニエンスストア等が地図上に表示されたエリア情報が表示される。

従って、顧客情報を登録した消費者は、そのホームページをアクセスすることにより、転居した直後でも、日常生活に必要な施設、店等の場所を知ることができるというメリットがある。この他にも、顧客情報と地図データとをリンクさせることで、顧客にとって便利な種々の情報を提供することが可能となる。趣味、購入したい商品の情報が得られている場合には、趣味に関連する施設、例えば、美術館の開催内容や所在地を表示する、あるいは購入したい商品を販売している店の所在地を表示する等の個人が必要とする情報を提供することが可能となる。

【0034】

次に、図4は、CD-RW11に対する読み取り及び書き込みを行う携帯型メディアドライブ41の用途を示す図である。

メディアドライブ41に、商品購入時に無償で提供されたCD-RW11を挿入して各種のデータを保存することができる。例えば、ビデオカメラ42で撮影した動画、デジタルカメラ43で撮影したデジタル画像をメディアドライブ41に有線または無線で転送してCD-RW11に保存することができる。また、携帯電話44でインターネット上のサイトをアクセスしてデータをダウンロードしてCD-RW11に保存しておくことができる。また、パーソナルコンピュータ45の外部記憶装置として利用することもできる。さらに、メディアドライブ41に記録した動画、画像またはインターネットからダウンロードしたデータをテレビ46に出力して表示させることも、プリンタ47に出力して情報を印刷することもできる。なお、メディアドライブ41は、CD-RW11ばかりでなく、半導体メモリを使用した記録媒体、CDROM、CD-R、DVD等の可搬記録媒体をアクセスすることも、拡張カード48を挿入して機能の拡張を図ることもできる。

【0035】

次に、図5は、メディアドライブ41を利用した情報の記録及び受け渡しの説明図である。

家庭内においては、パーソナルコンピュータ45によりインターネット14を介して情報配信業者の情報サーバ51から音楽、画像、地図情報、イベント情報、時刻表等のコンテンツをダウンロードし、それらのコンテンツをメディアドライブ41によりCD-RW11に記録することができる。ダウンロードの記録は利用実績としてデータベース52に記録される。

【0036】

また、携帯電話44を利用して情報配信業者の情報サーバ51からコンテンツをダウンロードし、それらの情報をメディアドライブ41によりCD-RW11等に記録する。さらに、情報を記録したCD-RW11を別のメディアドライブ41に挿入し、その情報を利用することもできる。

【0037】

上述した実施の形態は、商品に添付したCD-RW11に商品を購入した顧客の住所、氏名等の顧客情報を記録してそのCD-RW11を顧客に無償で提供し、顧客がそのCD-RW11を使用して特定のサイトをアクセスすると、顧客情報が顧客情報データベースの作成会社のサーバに自動的に送信されて、顧客情報とその顧客が購入した商品を示す情報を関連づけた顧客情報データベースが作成される。これにより、顧客情報データベースの作成会社は、商品のカテゴリ別、販売元別等に分類した顧客情報データベースを第三者に有償で提供するサービスを行うことができる。

【0038】

このように顧客情報とその顧客が実際に購入した商品を示す情報を関連づけてデータベースに記録することで、購入する可能性の高い商品カテゴリ毎に顧客を分類することが可能となる。例えば、玩具を購入した人は、幼児用の他の商品を購入する可能性の高い消費者であり、それらの商品を販売する会社にとっては、ダイレクトメールを送る場合などに最も販売効果の高い対象となる。

【0039】

従って、顧客情報とその顧客が購入した商品を示す情報を収集して商品別、商品のカテゴリ別、販売元別等の顧客情報データベースを構築することは、販売戦略上非常に有効な手段となる。また、その顧客情報データベースを販売会社、メーカー等に提供することで、販売会社及びメーカーは大きな販売上の利益を得ることができる。

【 0 0 4 0 】

また、CD-RW 1 1 を顧客に提供する時点で顧客情報をCD-RW 1 1 に書き込んでおくことで、そのCD-RW 1 1 を使用してインターネットのサイトをアクセスしたとき自動的に顧客情報が収集され、消費者がキーボードから住所、氏名等を入力する必要がないので、キー入力するのが面倒な人からも顧客情報を収集することができ、顧客情報の収集率を高めることができる。

【 0 0 4 1 】

さらに、上記の顧客情報と地図データとをリンクさせ、商品別、商品のカテゴリ別、あるいは販売元別に分類したのマーケティング地図情報を作成することで、一定地域である商品を購入した消費者がどの程度存在するか、その分布がどうなっているか、あるいは販売元Aと販売元Bの両方から購入した消費者がどの程度存在するかを簡単に知ることができる。これにより、地域や消費者のニーズに合ったサービスや商品を提供することができる。

【 0 0 4 2 】

なお、上述した実施の形態では、CD-RW 1 1 をタグとして商品に添付した場合について説明したが、必ずしもタグとして商品に添付する必要はなく、販売時に顧客に提供しても良いし、宣伝のために商品に興味を示した消費者に無償で提供しても良い。

【 0 0 4 3 】

また、使用する書き込み可能な可搬記録媒体はCD-RW 1 1 に限らず、半導体メモリを使用したメモリカード、CD-R、DVD、MO、磁気記録媒体等どのようなものでも良い。

さらに、商品は物品に限らずサービスの提供、飲食店、レストラン等での飲食物を提供することを含み、それらのサービスを提供したときにCD-RW 1 1 等

を顧客に提供するようにしても良い。例えば、飲食店の場合には、提供したＣＤ－ＲＷ１１を使用して消費者が自分の店のホームページ等の特定のサイト（サーバ）をアクセスしたときに、顧客情報を収集し、その顧客情報と地図情報をリンクさせてマーケティング地図情報を作成することで、地域内でどのような人が来店しているか、あるいは来店する可能性のある人がどの程度いるかを分析することができる。

【 0 0 4 4 】

さらに、顧客情報データベースの作成会社が既に収集してある特定の地域の人の年齢構成、家族構成、嗜好に関するデータ等と組み合わせたマーケティング情報を提供することで、その地域でどのような顧客層をターゲットにして店を運営すべきかなどを判断するための有効なマーケティングツールとなる。

【 0 0 4 5 】

また、上述した実施の形態では、顧客情報データベースの作成会社が、販売元等の代わりに顧客情報を収集しているが、販売元、メーカ等が直接、あるいはインターネットを介して顧客情報を収集しても良い。この場合、顧客情報データベースの作成会社は、販売元等から顧客情報を提供してもらい、その顧客情報と地図データとをリンクさせてマーケティング地図情報を作成して販売元等に提供することになる。

【 0 0 4 6 】

【発明の効果】

本発明によれば、顧客が提供された可搬記録媒体を使用してネットワークのサイトをアクセスしたとき、顧客情報とその顧客が購入した商品または利用した販売店、販売元等を示す情報を収集することができる。これにより、購入した商品別または販売元別等に分類した顧客情報を得ることができ、対象となる顧客を絞り込んだ販売戦略を立てることができる。また、顧客の住所から顧客情報と地図データをリンクさせたマーケティング地図情報を作成することで、ある商品を購入した顧客がその地域にどのくらいいるか、特定の商品とその商品に関連する商品を購入する可能性の高い消費者がどのくらいいるか、あるいは販売店、飲食店等を利用する可能性のある消費者がどこに住んでいるかが分かるので、それらの

情報をもとに販売戦略をたてることができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

商品の購入から顧客情報の収集までの流れを示す図である。

【図 2】

顧客情報収集方法の説明図である。

【図 3】

顧客情報の登録処理の説明図である。

【図 4】

メディアドライブの使用例を示す図である。

【図 5】

メディアドライブを利用した情報の記録及び受け渡しの説明図である。

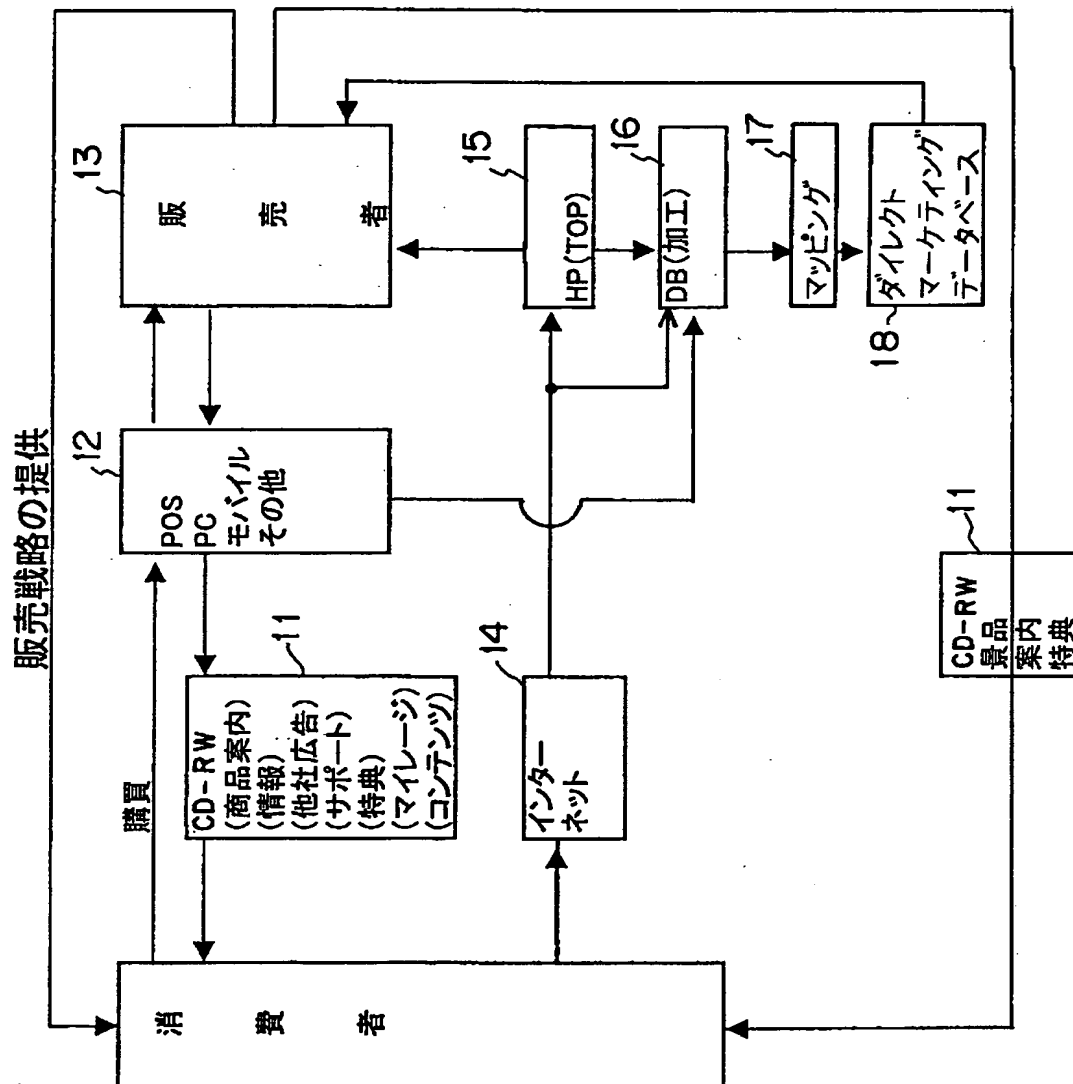
【符号の説明】

1 1	C D - R W
2 3, 2 9	集中サーバ
2 4, 3 0	データベースサーバ
3 3	地図サーバ
3 4	地図情報データベース
3 5	マーケティングサーバ
3 6	マーケティングデータベース
3 7	WWWサーバ

【書類名】 図面

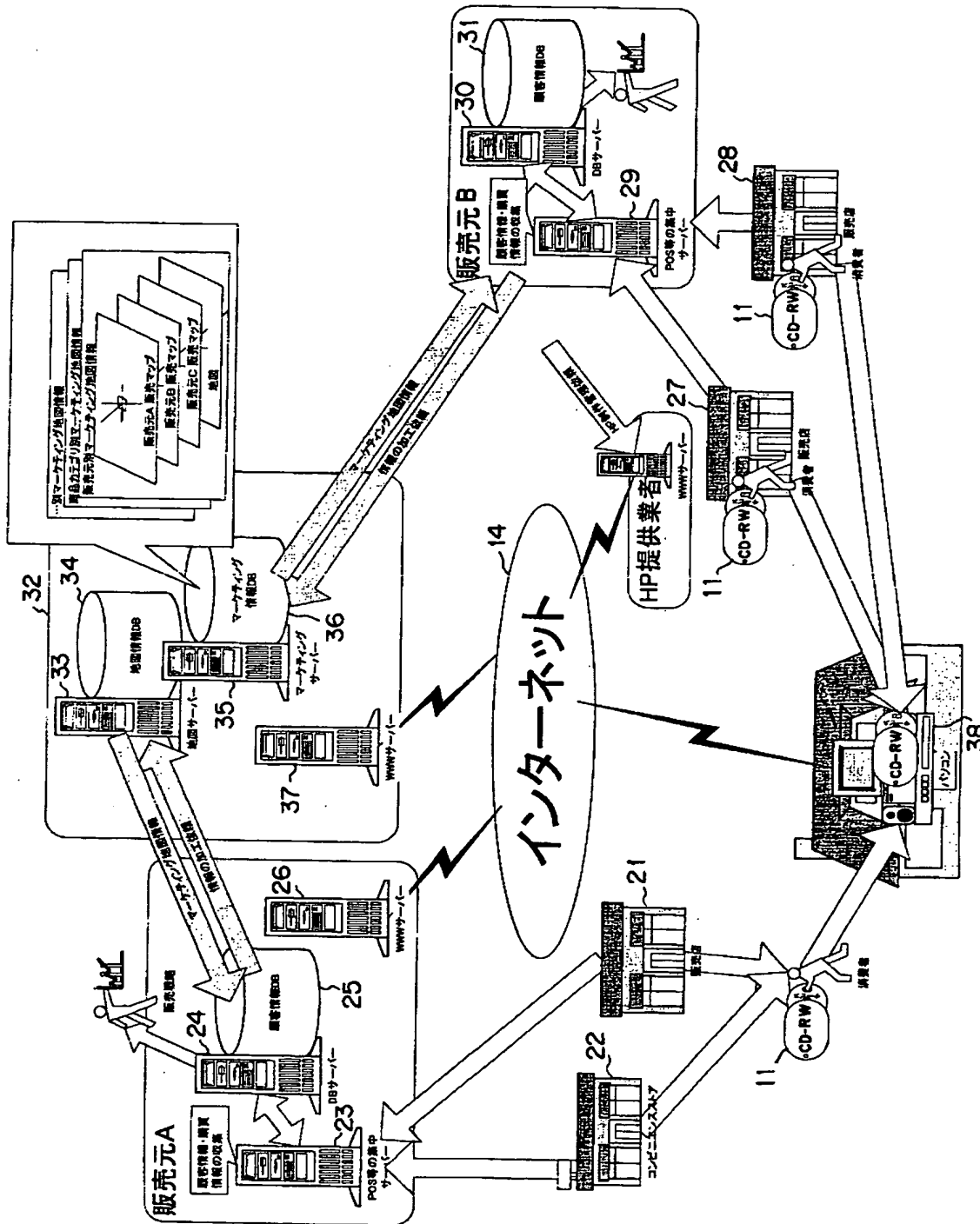
【図 1】

商品の購入から顧客情報の収集までの流れを
示す図



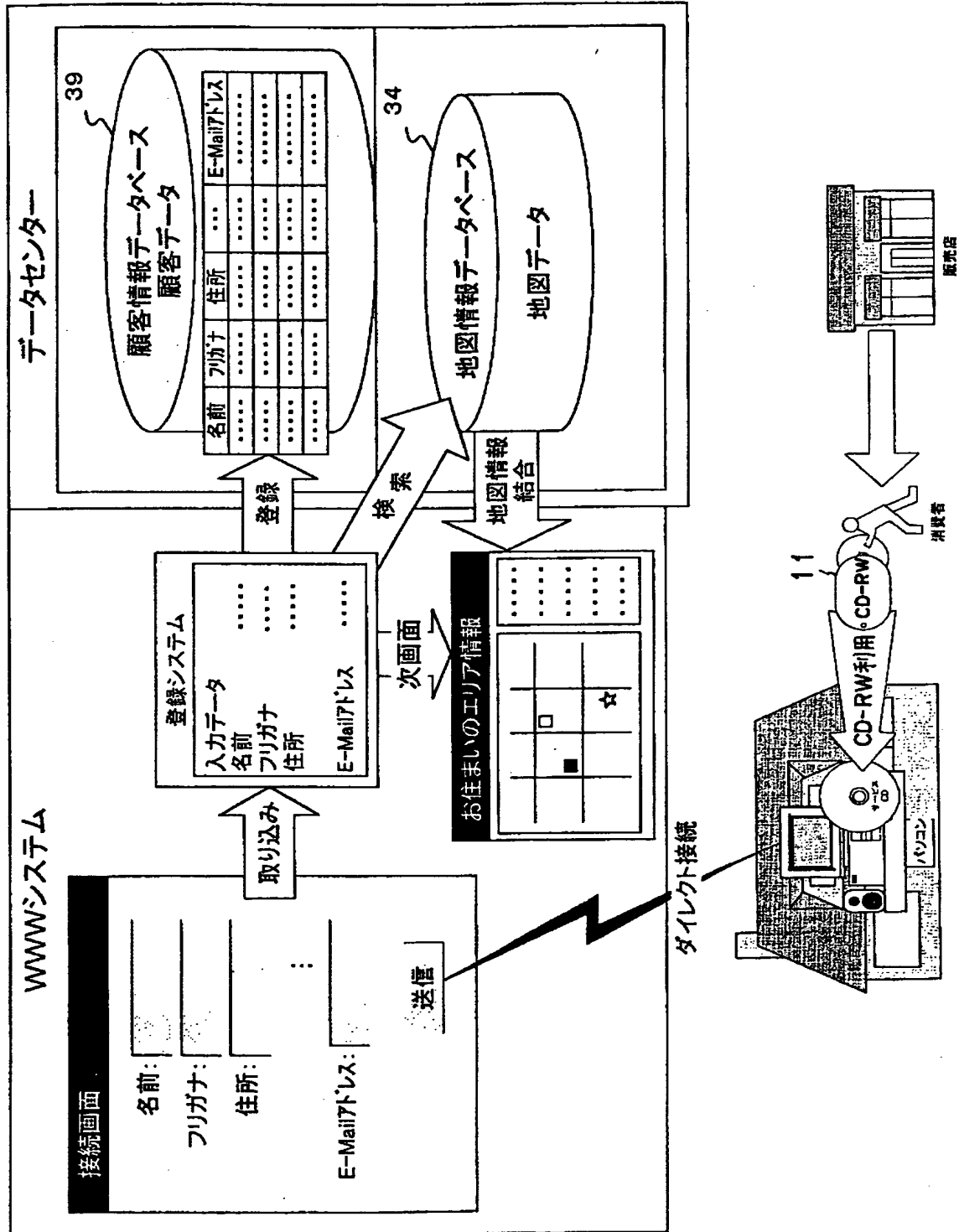
【図2】

顧客情報収集方法の説明図



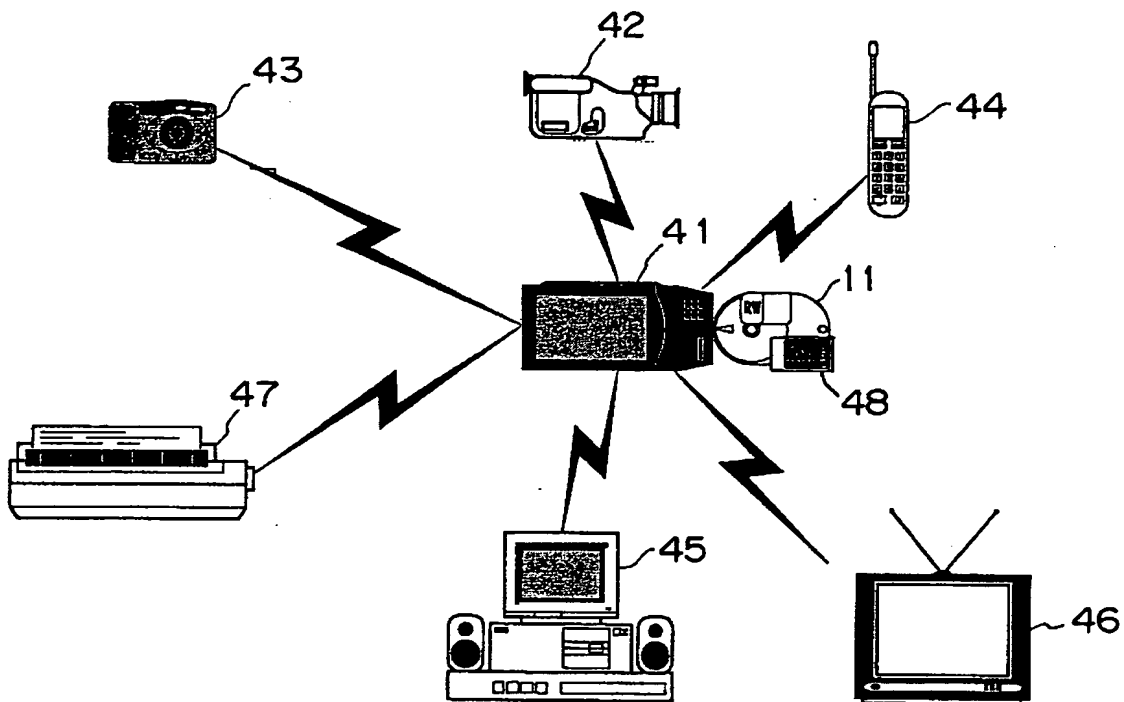
【図3】

顧客情報の登録処理の説明図



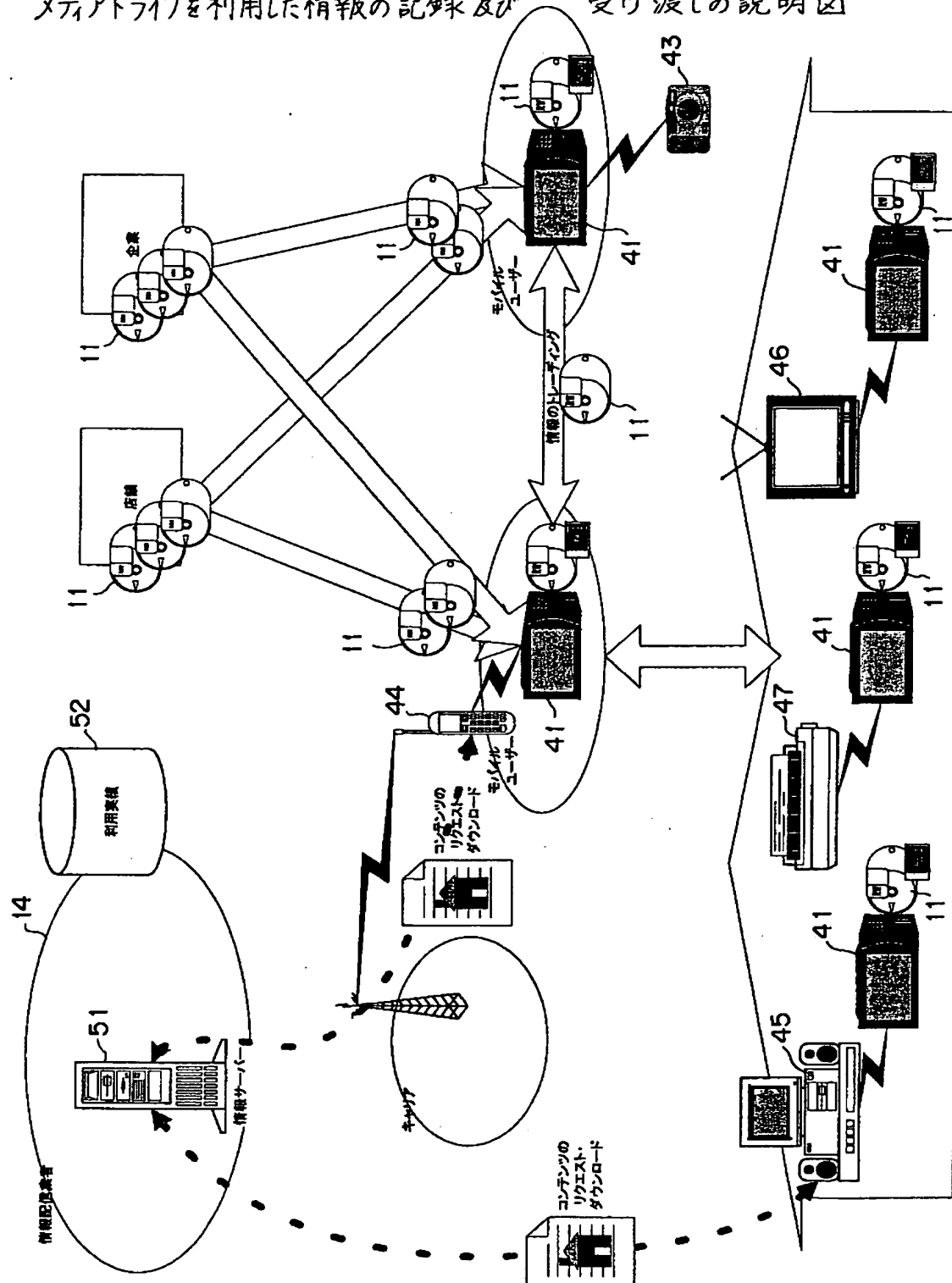
【図 4】

メディアドライブの使用例を示す図



【图 5】

メディアドライブを利用した情報の記録及び受け渡しの説明図



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 購入した商品と顧客情報を関連づけて収集できるようにすることである

。 【解決手段】 顧客が商品を購入して精算するときに、顧客の住所、氏名等を記入してもらい、それらの顧客情報をCD-RW11に書き込んで顧客に提供する。顧客がそのCD-RW11を使用してインターネットの特定のホームページ15をアクセスすると、CD-RW11に記録されている顧客情報がデータベースの作成を行う会社のサーバ16に送信され、サーバ16により商品のカテゴリ別に分類した顧客情報データベースが作成される。

【選択図】 図1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [500288876]

1. 変更年月日	2000年 6月20日
[変更理由]	新規登録
住 所	愛知県名古屋市中区錦3丁目23-6
氏 名	株式会社ディスプレイス